

# Komunikasi Pelayanan Publik Perspektif Psikologi Komunikasi

Cecep Wahyu Hoerudin<sup>1</sup>, Dedeng Yusuf Maolani<sup>2</sup>, Abdal<sup>3</sup>, Muhibudin Wijaya Laksana<sup>4</sup>

<sup>1</sup>Administrasi Publik, UIN Sunan Gunung Djati Bandung, cecepwahyu@uinsgd.ac.id

<sup>2</sup>Administrasi Publik, UIN Sunan Gunung Djati Bandung, dedeng@uinsgd.ac.id

<sup>3</sup>Administrasi Publik, UIN Sunan Gunung Djati Bandung, abdal@uinsgd.ac.id

<sup>4</sup>Administrasi Publik, UIN Sunan Gunung Djati Bandung, muhibudinwijayalaksana@uinsgd.ac.id

## Abstrak

Diperlukan pendekatan yang humanis, yang lebih memperhatikan sisi kemanusiaan dalam pelayanan publik. Pendekatan humanis dalam pelayanan publik ditandai oleh adanya komunikasi yang efektif. Tulisan ini merupakan kajian teoritis mengenai perspektif psikologi dalam komunikasi pelayanan publik. Metode yang digunakan adalah studi kepustakaan. Komunikasi efektif dalam pelayanan publik ditentukan oleh faktor perilaku petugas dan penerima layanan. Persepsi merupakan faktor utama dalam mewujudkan efektivitas komunikasi dalam pelayanan publik. Kemampuan empati menjadi strategi yang efektif dalam menghadapi perbedaan persepsi antara petugas layanan dan penerima layanan. Petugas layanan akan memiliki kompetensi komunikasi efektif jika memiliki ethos komunikator dan kemampuan mengorganisasikan pesan.

**Kata kunci:** komunikasi efektif; pelayanan publik; psikologi komunikasi

## Abstract

A humanist approach is needed, which pays more attention to the human side of public services. The humanist approach to public service is characterized by effective communication. This paper is a theoretical study of psychological perspectives in public service communication. The method used is literature study. Effective communication in public services is determined by the behavior of officers and service recipients. Perception is a major factor in realizing the effectiveness of communication in public services. The ability of empathy is an effective strategy in dealing with differences in perceptions between service officers and service recipients. Service personnel will have effective communication competency if they have a communicator ethos and the ability to organize messages.

**Keywords :** effective communication; public service; communication psychology

## 1 Pendahuluan

Pendekatan humanis sangat perlu diaplikasikan dalam rangkaian penyelenggaraan pelayanan publik agar kinerja kualitas pelayanan publik dapat terwujud. Inti dari pendekatan humanis ialah bagaimana manusia diperlakukan dengan cara memperhatikan sisi kemanusiannya. Jika masyarakat merupakan bagian yang tidak terpisahkan dalam administrasi publik, maka mereka harus dilayani dengan memperhatikan sisi kemanusiannya. Komunikasi efektif dalam pelayanan publik merupakan salah satu bukti bagaimana pendekatan humanis diaplikasikan dalam pelaksanaan pelayanan publik (Prasodjo, 2017). Seluruh proses penyelenggaraan pelayanan publik perlu dikemas dalam komunikasi yang efektif antara organisasi penyelenggaraan pelayanan publik dengan pengguna layanan.

Selain itu, komunikasi menjadi salah satu dimensi pengukuran kualitas pelayanan publik. Dimana komunikasi dalam pelayanan publik diukur dari kesediaan pemberi layanan untuk mendengarkan aspirasi pengguna layanan dan kesediaan untuk selalu menyampaikan informasi baru kepada publik (Zeithaml, Parasuraman, & Berry, 1990). Penekanan utama komunikasi dalam pelayanan publik, jika dilihat dari pemahaman tersebut, berada pada kemampuan petugas layanan dalam melakukan komunikasi. Petugas layanan sebagai lini terdepan dalam penyelenggaraan pelayanan publik harus menyadari bahwa penilaian kualitas pelayanan publik diberikan oleh pengguna layanan secara langsung setelah mereka menerima layanan darinya. Oleh karena itu, kemampuan komunikasi efektif perlu dimiliki oleh petugas layanan, terutama yang berkaitan dengan kompetensi komunikasi interpersonal.

Beberapa penelitian mengenai komunikasi interpersonal dalam pelayanan publik sampai saat ini telah banyak dilakukan. Rahayu, dkk. dalam penelitiannya mengungkapkan bahwa komunikasi petugas pelayanan publik yang buruk menimbulkan pengertian yang berbeda dari masyarakat sebagai penerima layanan publik yang berimbas pada kekecewaan dari masyarakat (Rahayu, Ratnamulyani, & Kusumadinata, 2016). Buruknya komunikasi interpersonal akan berdampak pada buruknya hubungan sosial yang ditandai dengan tidak harmonisnya hubungan antara pengguna layanan dengan petugas layanan bahkan akan memberikan penilaian

yang buruk terhadap organisasi penyelenggara pelayanan publik. Jika hal ini dibiarkan, maka konflik antara masyarakat dengan organisasi pelayanan publik akan muncul ke permukaan. Kemampuan komunikasi yang buruk menandakan rendahnya kemampuan petugas pelayanan publik dalam menggunakan simbol-simbol komunikasi yang mudah dipahami oleh masyarakat (Kapi, 2019). Kemampuan komunikasi ditandai dengan Pendekatan yang ramah dan bersahabat seharusnya menjadi bagian dari komunikasi petugas pelayanan publik dalam memperlakukan masyarakat sebagai penerima layanan publik (Sari, Ningroem, & Asrinaldi, 2019). Etika komunikasi dalam pelayanan publik penting diperhatikan untuk menghindari prasangka buruk yang akan menimbulkan dampak negatif dalam pelayanan publik (Falimu, 2017). Berdasarkan beberapa permasalahan dalam penelitian tersebut, bahwa untuk mewujudkan komunikasi interpersonal yang efektif dalam pelayanan publik bukanlah hal yang mudah. Banyak faktor yang menentukan efektivitas komunikasi interpersonal, salah satunya adalah faktor perilaku manusia yang melakukan komunikasi itu sendiri. Komunikasi erat kaitannya dengan kesadaran dan perilaku manusia.

Psikologi merupakan ilmu yang mengkaji kesadaran dan perilaku manusia. Psikologi terutama mengarahkan perhatiannya pada perilaku manusia dan mencoba menyimpulkan proses kesadaran yang menyebabkan terjadinya perilaku tersebut. Fokus utama kajian psikologi dalam komunikasi ialah pada perilaku individu. Psikologi komunikasi mengkaji peristiwa mental dan behavioral dalam komunikasi (Rakhmat, 2005). Pemahaman yang baik mengenai perspektif psikologi komunikasi dapat membantu petugas pelayanan publik dalam memiliki kompetensi komunikasi interpersonal yang efektif.

Komunikasi yang efektif setidaknya akan menimbulkan: adanya saling pengertian, menumbuhkan kesenangan, mempengaruhi sikap, dan tindakan (Tubbs & Moss, 2005). Faktor-faktor tersebut merupakan suatu proses dari komunikasi interpersonal yang efektif dimana ‘tindakan’ sebagai proses akhir dari penanaman pengertian untuk merubah dan membentuk sikap serta menumbuhkan hubungan baik dalam komunikasi interpersonal. Proses tersebut dapat diwujudkan selama petugas pelayanan publik dapat memahami faktor-faktor perilaku manusia yang mempengaruhi komunikasi interpersonal yang efektif.

Berdasarkan pada paparan di atas, tulisan ini mencoba menjelaskan faktor-faktor perilaku manusia yang mempengaruhi komunikasi interpersonal yang efektif dalam pelaksanaan pelayanan publik. Tulisan ini merupakan bagian dari materi mata kuliah komunikasi organisasi dan mata kuliah pelayanan publik. Secara teoritis tulisan ini dapat memberikan kontribusi bagi pengembangan keilmuan terutama kajian pelayanan publik dan kajian komunikasi organisasi. Selain itu, secara praktis, tulisan ini bermanfaat bagi petugas pelayanan publik sebagai pedoman dalam melakukan komunikasi efektif dalam pelayanan publik.

## **2. Metodologi**

Penulisan ini menggunakan metode studi kepustakaan. Metode studi kepustakaan digunakan dalam melakukan pengumpulan dan penelaahan data-data yang bersumber dari buku dan artikel jurnal yang berkaitan dengan komunikasi dan pelayanan publik.

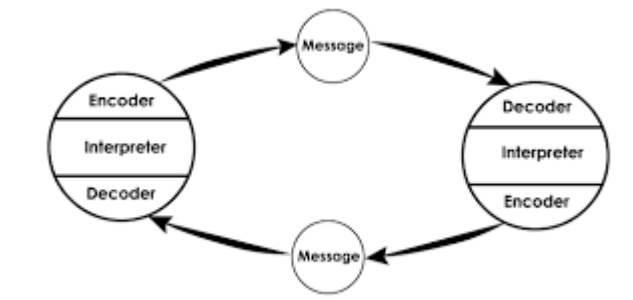
## **3. Pembahasan**

### **3.1. Psikologi Komunikasi Interpersonal Dalam Pelayanan Publik**

Joseph A. Devito, mendefinisikan komunikasi interpersonal sebagai interaksi verbal dan nonverbal antara dua orang atau lebih yang saling bergantung satu sama lain (DeVito, 2013). Definisi lain mengenai komunikasi interpersonal yakni komunikasi antar orang-orang secara tatap muka, yang memungkinkan satu setiap peserta menangkap reaksi yang lain secara langsung, baik verbal maupun nonverbal (Enjang, 2009). Komunikasi interpersonal merupakan komunikasi yang dilakukan secara tatap muka oleh dua orang atau lebih yang saling bergantung pengaruh-mempengaruhi satu sama lain dengan umpan balik secara langsung.

Konteks komunikasi petugas layanan dalam memberikan layanan secara langsung tatap muka merupakan kondisi komunikasi interpersonal. Saling ketergantungan antara petugas layanan dan penerima layanan didasarkan pada kebutuhan yang diinginkan penerima layanan dan kewajiban petugas layanan dalam memenuhi kebutuhan penerima layanan itu. Maka, proses komunikasi interpersonal akan selalu memegang peranan yang paling penting dalam penyelenggaraan pelayanan publik. Melalui kemampuan komunikasi interpersonal yang efektif, petugas layanan dapat mengetahui bagaimana menjadi komunikator yang efektif dan juga menjadi pendengar yang baik (Nurhayani, 2011).

Komunikasi interpersonal sebagai suatu proses sirkuler melibatkan komponen yang saling berkaitan dan saling mempengaruhi didalamnya. Untuk dapat memahami komunikasi interpersonal sebagai proses sirkuler, dapat dilihat pada gambar dibawah ini:



Gambar : Model Schramm (1954)

Gambar di atas merupakan model Wilbur Schramm (1954) yang menggambarkan komunikasi sebagai suatu proses yang sirkuler. Berdasarkan model Schramm tersebut, Joseph A. Devito menyebutkan komponen-komponen komunikasi interpersonal yang terdiri dari (DeVito, 2013) :

- 1) *Sender*/pengirim, komunikator, ialah orang yang mengawali komunikasi interpersonal;
- 2) *Receiver*/penerima, komunikan, ialah orang yang menerima pesan dari pengirim;
- 3) *Encoding*/penyandian, ialah proses merubah ide/gagasan menjadi simbol-simbol yang umum dalam bentuk pesan verbal dan nonverbal yang dilakukan oleh pengirim, proses *encoding* dipengaruhi oleh karakteristik personal;
- 4) *Message*/pesan, ialah 'sesuatu' yang bersumber dari ide/gagasan, yang disampaikan oleh pengirim dan dapat diterima oleh alat indera oleh penerima, pesan dapat berupa simbol verbal (kata-kata lisan) dan simbol nonverbal (bahasa tubuh, sentuhan, parabahasa, atribut fisik, atau jarak pribadi);
- 5) *Decoding*/penyandian balik, ialah proses menafsirkan kembali pesan oleh penerima kedalam simbol-simbol lain; proses *decoding* dipengaruhi oleh karakteristik personal;
- 6) *Channel*/saluran, ialah media atau perantara/alat yang digunakan untuk mengirimkan pesan;
- 7) *Noise*/gangguan, ialah hambatan, faktor yang membuat pesan tidak dapat dikirim dan diterima dengan baik; gangguan ini bersumber dari faktor personal dan faktor situasional;
- 8) *Context*/situasi, ialah suasana yang turut mempengaruhi bentuk dan isi dari pesan, situasi ditentukan oleh lima dimensi, yakni: dimensi fisik/tempat, dimensi waktu/momen, dimensi sosio-psikologis (status, peran, norma), dimensi budaya, dan dimensi etis.

Komunikasi interpersonal melibatkan karakteristik personal dari peserta komunikasi. Psikologi komunikasi dalam konsep sistem komunikasi interpersonal menjelaskan salah satu faktor yang dapat menentukan efektivitas komunikasi interpersonal ialah *persepsi interpersonal* (Rakhmat, 2005).

### 3.2. Persepsi Interpersonal

Persepsi merupakan proses dimana manusia mengubah pengalaman sosial menjadi sebuah pemahaman internal bagi manusia itu sendiri (Samovar, Porter, & McDaniel, 2010). Istilah persepsi dalam kajian komunikasi ialah persepsi sosial, yang merupakan proses menangkap arti objek-objek sosial dan kejadian yang dialami oleh manusia dalam lingkungannya (Mulyana, 2015). Objek-objek sosial yang dimaksud adalah pengaruh personal, nilai-nilai budaya, serta harapan-harapan. Persepsi interpersonal merupakan persepsi yang objeknya adalah manusia.

Persepsi interpersonal sangat berkaitan dengan komunikasi interpersonal bahkan merupakan inti yang menentukan efektivitas komunikasi interpersonal itu. Jika persepsi tidak tepat, maka menimbulkan kegagalan komunikasi. Komunikasi akan semakin mudah jika persepsi antar peserta komunikasi memiliki kesamaan (Mulyana, 2015).

Dalam perspektif psikologi komunikasi, faktor personal/internal (dalam diri individu) dan faktor situasional (diluar diri individu) turut mempengaruhi persepsi interpersonal. Faktor personal yang mempengaruhi persepsi interpersonal terdiri dari: *pengalaman pribadi*, *motivasi/motif*, dan *kepribadian*

*Pengalaman pribadi* merupakan hasil belajar manusia pada masa lalu. Hasil belajar disini bukan hanya dalam proses belajar formal, tetapi juga dalam proses peristiwa yang dialami oleh manusia. Dalam konteks komunikasi interpersonal, manusia cenderung membuat persepsi terhadap orang berdasarkan pada pengalaman masa lalu yang berkaitan dengan orang. *Motivasi/motif* merupakan daya dorongan individu yang melatarbelakangi untuk melakukan tindakan. Motif dalam komunikasi interpersonal sering digunakan dalam melakukan filter persepsi. *Kepribadian* merupakan sifat-sifat manusia yang tampak sebagai latar belakang perilaku. Kepribadian akan menentukan bagaimana manusia membuat persepsi.

Sementara, faktor-faktor situasional yang mempengaruhi persepsi interpersonal antara lain: *deskripsi verbal*, merupakan penilaian berdasarkan isi pesan dalam komunikasi, deskripsi verbal dalam hal ini adalah kata-kata yang digunakan dalam komunikasi interpersonal, manusia dapat menggambarkan/menilai orang lain melalui sebuah kata. *Petunjuk proksemik*, merupakan penilaian berdasarkan orientasi jarak dan ruang personal dalam komunikasi; setiap budaya memiliki pengukuran jarak dan ruang dalam mengungkapkan suatu hubungan dan hal tersebut tentu mempengaruhi persepsi. *Petunjuk kinesik*, merupakan penilaian berdasarkan gerakan tubuh dalam komunikasi, gerakan tubuh ini ditandai oleh isyarat tangan, gerakan kepala, postur tubuh, dan posisi kaki. *Petunjuk wajah*, merupakan penilaian berdasarkan fasial/mimik muka/ekspresi wajah dalam komunikasi. *Petunjuk paralinguistik*, merupakan penilaian berdasarkan cara orang mengucapkan lambang-lambang verbal dalam komunikasi, petunjuk paralinguistik disampaikan melalui penggunaan suara dan vokalisasi contohnya adalah intonasi suara. *Petunjuk artifaktual*, merupakan penilaian berdasarkan penampilan tubuh, pakaian, dan atribut yang digunakan oleh orang lain dalam komunikasi.

Karena persepsi bersifat personal maka persepsi interpersonal cenderung tidak cermat. Penyebab dari tidak cermatnya persepsi adalah asumsi dan pengharapan yang dimiliki oleh manusia itu (Mulyana, 2015).

Everett M. Rogers (1973) membuat istilah "*homophily*" dan "*heterophily*" dalam menggambarkan kondisi kesamaan dan ketidaksamaan ciri antar peserta komunikasi. Menurutnya, *homophily* ialah kondisi dimana antar peserta komunikasi memiliki ciri-ciri tertentu yang sama seperti kepercayaan, pendidikan, dan status sosial, sedangkan *heterophily* kondisi derajat yang tidak sama dalam ciri-ciri tertentu (Effendy, 2003). *Heterophilous* merupakan situasi dimana komunikator-komunikasi terdapat *heterophily*. Everett M. Rogers & Dilip K. Bhowmik (1971) mengungkapkan, situasi *heterophilous* dapat diatasi dengan kemampuan empati antara peserta komunikasi.

Empati adalah mengalami persepsi orang lain dengan melihat dan merasakan sesuatu seperti yang dilakukan orang lain (Tubbs & Moss, 2005). Dengan menumbuhkan kepekaan terhadap orang lain, kita berarti memperluas persepsi, dan membuka hubungan baik secara efektif. Menurut Floyd (1985) kemampuan empati merupakan landasan untuk mendengarkan secara efektif. Aspek mendengarkan sangat penting dalam komunikasi, terutama dalam komunikasi interpersonal.

Kemampuan empati petugas pelayanan publik akan menjadi kunci dari keberhasilan komunikasi efektif. Selain itu, untuk mencapai persepsi yang efektif, petugas pelayanan publik dan juga masyarakat sebagai penerima layanan publik harus mau belajar mengenai budaya lain agar memahamai perbedaan karakteristik individu. Dengan mempelajarinya, maka wawasan bertambah dan persepsi akan semakin akurat.

### 3.3. Psikologi Komunikator Pelayanan Publik

Komunikator pelayanan publik merupakan seseorang dari birokrasi yang memberikan informasi/pesan dalam kegiatan pelayanan untuk memenuhi kebutuhan publik (Hardiansyah, 2015). Petugas pelayanan publik merupakan komunikator ketika bertugas melayani masyarakat. Dalam berkomunikasi yang menjadi perhatian penerima/komunikasi tidak hanya isi pesan yang disampaikan, keadaan dari komunikator juga akan menjadi perhatian komunikasi. Dalam berkomunikasi, penerima layanan tidak dapat disuruh untuk fokus memperhatikan apa yang disampaikan oleh petugas layanan. Secara alamiah, masyarakat juga fokus pada siapa yang menyampaikannya itu. Untuk itu, dalam komunikasi karakter komunikator merupakan hal yang sangat penting dalam menunjang komunikasi efektif.

Aristoteles menyebut karakter komunikator sebagai *ethos*, yang terdiri dari pikiran yang baik, akhlak yang baik, dan maksud yang baik. Carl Hovland dan Walter Weiss (1951) menyebut *ethos* ini sebagai *credibility* yang terdiri atas dua unsur, yaitu *expertise* (keahlian) dan *truthworthiness* (dapat dipercaya) (Effendy, 2003). *Ethos* merupakan basis kepercayaan komunikator yang menunjukkan bahwa ia mampu dalam bidangnya sehingga dapat dipercaya.

Efektifitas komunikator ditentukan oleh *ethos*. Dimensi *ethos* antara lain terdiri dari *kredibilitas*, *atraksi*, dan *kekuasaan* (Rakhmat, 2005).

*Kredibilitas* merupakan penilaian komunikasi mengenai sifat-sifat yang dimiliki oleh komunikator. Kredibilitas merupakan persepsi, sehingga kredibilitas tidak melekat dalam diri komunikator, selalu berubah-ubah bergantung pada pelaku persepsi komunikasi. Persepsi komunikasi tersebut ditentukan oleh *prior ethos*, yaitu persepsi yang dibuat sebelum melakukan komunikasi dengan komunikator, dan *intrinsic ethos*, yaitu kepercayaan yang datang dari dalam komunikator secara berproses. Selain ditentukan oleh persepsi, kredibilitas ditentukan pula oleh beberapa komponen antara lain: keahlian, kepercayaan, dinamisme, sosiabilitas, koorientasi, dan kharisma.

*Atraksi* ialah daya tarik yang bersumber dari aspek fisik. Daya persuasif akan memungkinkan jika komunikator memiliki daya tarik secara fisik.

*Kekuasaan* adalah kemampuan yang menimbulkan karena sumber daya penting yang dimilikinya. Raven (1974) menyebutkan lima jenis kekuasaan yang merupakan sumber daya penting dalam kekuasaan, antara lain:

- 1) Kekuasaan koersif, berkaitan dengan mendatangkan hukuman yang bersifat personal
- 2) Kekuasaan keahlian, berkaitan dengan intelektualitas, pengalaman, keterampilan, dan kemampuan
- 3) Kekuasaan informasional, berkaitan dengan informasi atau pengetahuan baru
- 4) Kekuasaan rujukan, komunikator dijadikan acuan oleh komunikasi dalam menilai dirinya
- 5) Kekuasaan legal, berkaitan dengan aturan-aturan tertulis dan tidak tertulis yang membuat komunikator berwenang untuk melakukan suatu tindakan.

Herbert C. Kelman (1975), menjelaskan bahwa pengaruh komunikasi interpersonal terhadap individu antara lain: *internalisasi*, *identifikasi*, dan *ketundukan* (Riswandi, 2009). Jika tiga hal tersebut diterapkan dalam konteks petugas pelayanan sebagai komunikator dan masyarakat/penerima layanan sebagai komunikasi, maka *Internalisasi* terjadi apabila penerima layanan menerima rangsangan karena sesuai dengan sistem nilai yang dimilikinya, atas dasar rasional. Dalam hal ini *kredibilitas komunikator* paling berperan.

*Identifikasi* terjadi apabila penerima layanan mencontoh perilaku petugas layanan karena perilaku tersebut mendatangkan kepuasan, disini penerima layanan mendefinisikan peranannya sesuai dengan peranan petugas layanan. Dalam hal ini *atraksi komunikator* paling berperan.

*Ketundukan* terjadi apabila penerima layanan menerima pengaruh dari petugas layanan karena ia berharap memperoleh reaksi yang menyenangkan dari petugas layanan. Penerima layanan ingin mendapatkan atau menghindari hukuman dari petugas layanan. Penerimaan terjadi karena perilaku tersebut dapat membantu penerima layanan menghasilkan efek sosial yang memuaskan. Dalam hal ini *kekuasaan komunikator* paling berperan.

### 3.4. Psikologi Pesan Pelayanan Publik

Pada proses pelayanan publik, pesan yang dimaksudkan adalah informasi dan penjelasan yang berkaitan dengan berbagai hal tentang pelayanan publik seperti informasi tentang tarif layanan, persyaratan layanan, prosedur layanan, waktu yang diperlukan dalam pelayanan, dan lain-lain (Hardiansyah, 2015). Kemampuan petugas pelayanan publik dalam menyampaikan pesan secara efektif akan mempengaruhi kinerja kualitas pelayanan publik. Pesan yang efektif ialah pesan yang mudah dipahami. Untuk merancang sebuah pesan yang efektif tidak selalu mudah, karena pesan mengandung sebuah makna, dimana makna bersifat unik, bergantung pada pemiliki makna.

Pesan dalam komunikasi berbentuk verbal dan nonverbal. Pesan verbal merupakan pesan yang disampaikan secara lisan dengan menggunakan bahasa. Sedangkan pesan nonverbal merupakan pesan yang disampaikan dalam bentuk bahasa tubuh, sentuhan, parabahasa, atribut fisik, bau-bauan, dan jarak pribadi. Dalam praktik komunikasi, penggunaan pesan verbal dan nonverbal digunakan bersamaan, satu sama lain antara pesan verbal dan nonverbal saling melengkapi untuk menimbulkan sebuah makna.

Pesan yang efektif dalam pandangan psikologi komunikasi, ditentukan oleh tiga hal, yakni *organisasi pesan*, *struktur pesan*, dan *imbauan pesan* (Laksana, 2015).

#### 1. Organisasi Pesan

Pesan yang diorganisasikan secara baik akan memudahkan pengertian. Pesan yang tersusun lebih mudah diingat dibandingkan dengan pesan yang tidak tersusun. Dalam psikologi komunikasi, pesan yang tersusun merupakan urutan psikologis yang mengikuti sistem berpikir manusia. Alan H. Monroe (1930) menyebut urutan ini sebagai "*motivated sequence*". Ia menyarankan lima langkah dalam penyusunan pesan, yakni: (a) *attention* (perhatian), (b) *need* (kebutuhan), (c) *satisfaction* (pemuasan), (d) *visualization* (visualisasi), dan (e) *action* (tindakan). Berdasarkan urutan tersebut maka jika petugas layanan bertujuan ingin mempengaruhi

penerima layanan, terlebih dahulu perhatiannya harus dikuasai, tahap selanjutnya munculkan kebutuhan penerima layanan dan berikan cara-cara agar kebutuhan itu terpuaskan dengan menawarkan kemungkinan keuntungan dan kerugian bila ia mengikuti atau tak mengikuti saran yang diberikan, dan akhirnya rangsang penerima layanan untuk melakukan tindakan sesuai dengan yang diharapkan.

## 2. Struktur Pesan

Struktur pesan mengacu pada bagaimana mengorganisasi elemen-elemen pokok dalam sebuah pesan, yakni sisi pesan (*message sidednes*), urutan penyajian (*order of presentation*), dan penarikan kesimpulan (*drawing conclusion*) (Sendjaja, 1993).

## 3. Imbauan Pesan

Jika pesan yang disampaikan dalam komunikasi dimaksudkan untuk mempengaruhi orang lain, maka komunikator harus dapat menyentuh motif yang menggerakkan atau mendorong perilaku komunikan. Dengan kata lain, secara psikologis, mengimbau komunikan untuk menerima dan melaksanakan gagasan komunikator.

Terdapat lima macam imbauan pesan yang digunakan dalam komunikasi, yakni (Rakhmat, 2005):

- a) Imbauan Rasional, yakni pesan yang diberikan dengan menggunakan informasi yang masuk akal dengan disertai dengan bukti-bukti.
- b) Imbauan emosional, yakni pesan yang menyentuh emosi.
- c) Imbauan Takut, yakni pesan yang mencemaskan, mengancam, atau meresahkan. Jenis pesan, kredibilitas komunikator, dan kepribadian komunikator mempengaruhi efektivitas dari imbauan takut.
- d) Imbauan Ganjaran, yakni pesan didasarkan pada rujukan yang menjanjikan komunikan mengenai sesuatu yang mereka perlukan.
- e) Imbauan Motivasional, yakni pesan yang menggunakan motif yang menyentuh kondisi internal komunikan.

Psikologi pesan yang terdiri dari organisasi, struktur, dan imbauan di atas akan menuntun petugas layanan dalam memberikan pesan-pesan yang dapat dipahami oleh penerima layanan. Sehingga penerima layanan dapat mengerti informasi yang diberikan oleh petugas layanan secara langsung.

## 4. Kesimpulan

Komunikasi efektif dalam pelayanan publik, terutama dalam konteks komunikasi interpersonal yang dilakukan oleh petugas pelayanan publik ditentukan oleh faktor perilaku yang muncul pada diri petugas layanan sebagai komunikator dan penerima layanan sebagai komunikan.

Komunikasi komunikasi interpersonal yang efektif dalam pelayanan publik ditentukan oleh persepsi antara petugas pelayanan dengan masyarakat sebagai penerima layanan. Perbedaan persepsi antara petugas layanan dan penerima layanan dapat diantisipasi dengan sikap empati diantara keduanya.

Petugas layanan akan memiliki kompetensi komunikasi efektif jika memiliki ethos yang ditentukan oleh kredibilitas, atraksi personal, dan kekuasaan dalam dirinya. Selain itu efektifitas petugas layanan dalam memberikan pesan layanan ditentukan oleh kemampuan mengorganisasikan pesan dan menggunakan imbauan pesan sesuai dengan situasi yang ada.

## Referensi

- DeVito, J. A. (2013). *The Interpersonal Communication Book. Thirteenth Edition*. Boston: Pearson.
- Effendy, O. U. (2003). *Ilmu, Teori dan Filsafat Komunikasi*. Bandung: PT. Citra Aditya Bakti.
- Enjang. (2009). *Komunikasi Konseling*. Bandung: Nuansa.
- Falimu. (2017). Etika Komunikasi Pegawai Terhadap Pelayanan Penerbitan Pajak Bumi dan Bangunan. *Jurnal Komunikator*, 9-16.
- Fisher, B. A., & Adams, K. L. (1994). *Interpersonal Communication: Pragmatics of Human Communication*. New York: McGraw-Hill.
- Hardiansyah. (2015). *Komunikasi Pelayanan Publik: Konsep dan Aplikasi*. Yogyakarta: Gava Media.
- Hoerudin, C. W., Lesmana, B. E., & Fatimah, W. (2018). Kinerja Belanja Daerah Dinas Penanaman Modal Dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Kota Bandung. *Publica : Jurnal Pemikiran Administrasi Negara*, 108-115.
- Jarvis, M. (2000). *Theoretical Approaches in Psychology*. London: Routledge.
- Kapi, C. M. (2019). Pengaruh Komunikasi Terhadap Kualitas Pelayanan. *J-POLITRI*, 15-23.

- Laksana, M. W. (2015). *Psikologi Komunikasi : Membangun Komunikasi yang Efektif dalam Interaksi Manusia*. Bandung: Pustaka Setia.
- Mulyana, D. (2015). *Ilmu Komunikasi : Suatu Pengantar*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Novarina, P., & Nur, M. I. (2020). Kinerja Sistem Informasi Manajemen Pelayanan Publik Pemerintah Kota Pekalongan. *Ministrate*, 16-21.
- Nurhayani. (2011). Peran Komunikasi Interpersonal Dalam Upaya Meningkatkan Kualitas Pelayanan Perpustakaan. *Jurnal Iqra'*, 12-22.
- Prasodjo, T. (2017). Paradigma Humanis dalam Pelayanan Publik. *Jurnal Ilmiah Ilmu Administrasi Publik*, 38-45.
- Rahayu, S., Ratnamulyani, I., & Kusumadinata, A. (2016). Pengaruh Komunikasi Interpersonal Dari Mutu Pelayanan Informasi Terhadap Kepercayaan Publik Di Kecamatan Caringin Kabupaten Bogor. *Jurnal Komunikatio*, 57-66.
- Rakhmat, J. (2005). *Psikologi Komunikasi*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Riswandi. (2009). *Ilmu Komunikasi*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Samovar, L. A., Porter, R. E., & McDaniel, E. R. (2010). *Komunikasi Lintas Budaya*. Jakarta: Salemba Humanika.
- Sari, L. P., Ningroem, E. R., & Asrinaldi. (2019). Peran Komunikasi Interpersonal Dalam Meningkatkan Pengetahuan Pemohon Paspor (Studi Pada Petugas Imigrasi Kelas I TPI Kota Padang). *JISPO*, 314-324.
- Sendjaja, S. D. (1993). *Pengantar Komunikasi*. Jakarta: Universitas Terbuka.
- Septiadi, M. A. (2019). Strategi Kualitas Pelayanan Pada Dinas Kependudukan Dan Catatan Sipil Kota Bandung. *POLITICON*, 71-86.
- Tubbs, S. L., & Moss, S. (2005). *Human Communication: Prinsip-Prinsip Dasar*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Umam, K. (2010). *Perilaku Organisasi*. Bandung: Pustaka Setia.
- Zeithaml, V. A., Parasuraman, A., & Berry, L. L. (1990). *Delivering Quality Service : Balancing Customer Perceptions and Expectation*. London: Macmillan.

## Biografi Penulis



**Dr. Cecep Wahyu Hoerudin, M.Pd**

Homebase Jurusan Administrasi Publik Fisip

Pengampu mata kuliah Bahasa Indonesia dan Metode Penelitian Sosial



**Dr. H. Abdal, M.Si.**

Homebase Jurusan Administrasi Publik Fisip

Pengampu mata kuliah Kebijakan Publik dan Pelayanan Publik



**Drs. Dedeng Yusuf Maolani, S.H., M.Si.**

Homebase Jurusan Administrasi Publik Fisip

Pengampu mata kuliah Komunikasi Organisasi dan Ilmu Sosial Budaya Dasar



**Muhibudin Wijaya Laksana, S.Sos., M.Si.**

Homebase Jurusan Administrasi Publik Fisip UIN Sunan Gunung Djati Bandung.

Pengampu mata kuliah Komunikasi Organisasi dan Perilaku Organisasi